

Spis treści

WSTĘP	9
 Rozdział 1	
WYKORZYSTANIE TEORII INTERESARIUSZY W ROZWOJU UCZELNI PUBLICZNYCH W POLSCE	15
1.1. Podstawowe założenia teorii interesariuszy	15
1.2. Uczelnia publiczna oraz jej interesariusze	23
1.2.1. Formalne i prawne ramy funkcjonowania szkolnictwa wyższego w Polsce	23
1.2.2. Ekonomiczno-Społeczne uwarunkowania rozwoju szkolnictwa wyższego w Polsce	26
1.2.3. Źródła finansowania uczelni publicznych w Polsce	30
1.2.4. Modele szkolnictwa wyższego w Europie i na świecie w kontekście współpracy z przedsiębiorstwami	42
1.2.5. Charakterystyka interesariuszy uczelni publicznej w Polsce	53
1.3. Przedsiębiorstwa jako grupa interesariuszy uczelni publicznej	60
1.3.1. Uczelnia jako podmiot wpływający na rozwój gospodarki opartej na wiedzy	60
1.3.2. Istota współpracy uczelni z przedsiębiorstwami	63
 Rozdział 2	
PODSTAWY TEORETYCZNE RELACJI POMIĘDZY UCZELNIĄ A PRZEDSIĘBIORSTWAMI	67
2.1. Teoria relacji międzyorganizacyjnych	67
2.1.1. Relacje w kontekście usługowym	67
2.1.2. Ekonomiczne aspekty relacji między podmiotami	70
2.1.3. Relacje w ujęciu marketingowym	77
2.1.4. Wybrane modele marketingu relacji i ich znaczenie w kształtowaniu relacji organizacji z interesariuszami	84
2.2. Zarządzanie relacjami z interesariuszami organizacji	94
2.2.1. Etapy rozwoju relacji	94
2.2.2. Model oceny rentowności relacji z interesariuszami	106
2.3. Znaczenie relacji uczelni publicznych z przedsiębiorstwami w budowaniu ich przewagi konkurencyjnej na rynku usług edukacyjnych	111
2.3.1. Współczesne modele przewagi konkurencyjnej	111
2.3.2. Znaczenie wyróżniających zdolności w budowaniu przewagi konkurencyjnej organizacji	118
2.3.3. Zarządzanie relacjami z interesariuszami przez publiczne uczelnie	123
2.3.4. Wartość jako element warunkujący budowanie relacji na rynku i uzyskanie przewagi konkurencyjnej	128

Rozdział 3	
CHARAKTERYSTYKA RELACJI POMIĘDZY WYDZIAŁAMI	
EKONOMICZNYMI UCZELNI PUBLICZNYCH	
A PRZEDSIĘBIORSTWAMI NA PRZYKŁADZIE WOJEWÓDZTWA	
ZACHODNIOPOMORSKIEGO	135
3.1. Uwarunkowania i charakterystyka otoczenia współpracy uczelni z przedsiębiorstwami w województwie zachodniopomorskim i w Polsce	135
3.2. Próba badawcza i metodyka badań wybranych wydziałów uczelni publicznych	140
3.3. Analiza wyników badań ilościowych	150
3.4. Analiza wyników badań jakościowych	168
3.5. Podsumowanie zebranych wyników badań	184
Rozdział 4	
KONCEPCJA MODELU ROZWOJU RELACJI POMIĘDZY WYDZIAŁAMI	
EKONOMICZNYMI UCZELNI PUBLICZNYCH	
A PRZEDSIĘBIORSTWAMI	189
4.1. Założenia modelu rozwoju relacji pomiędzy wydziałami ekonomicznymi uczelni publicznych a przedsiębiorstwami	189
4.2. Ekonomiczne i społeczne uwarunkowania implementacji modelu rozwoju relacji pomiędzy wydziałami ekonomicznymi uczelni publicznych a przedsiębiorstwami	211
4.3. Uzasadnienie i możliwości wykorzystania modelu rozwoju relacji	217
ZAKOŃCZENIE	221
BIBLIOGRAFIA	229
SPIS RYSUNKÓW	239
SPIS TABEL	241
ZAŁĄCZNIKI	243
Załącznik 1. Kwestionariusz ankiety	243
Załącznik 2. Pierwszy scenariusz do badania fokusowego	254
Załącznik 3. Drugi scenariusz do badania fokusowego	257
O AUTORCE	261